



Mit Ambient Media die Zielgruppe abholen

Bedürfnisse erkennen ■ Über 4,9 Milliarden Euro investierten Unternehmen im ersten Quartal 2008 nach Nielsen Research in Above-the-Line-Medien. Im Vergleich zum Vorjahresquartal entspricht dies einer Steigerung um gut 14 Prozent. Davon setzten Unternehmen der Getränkebranche rund 167 Millionen Euro ein, vor allem für Werbung im TV, die 119 Mio. Euro verschlang, sowie 27 Millionen Euro für Printmedien

Nicht immer aber erreicht die Werbung die anvisierten Konsumenten. Eine Variante, Werbung ins Lebensumfeld der Zielgruppe zu platzieren, ist Ambient Media, kurz AM genannt. Diese Werbegattung gibt es seit Ende der achtziger Jahre, als in Szenekneipen ausgelegte Postkarten mit witzigen Motiven für Aufmerksamkeit sorgten. Die Überlegungen der Werbestrategen waren erfolgreich: Die Zielgruppe wurde während ihrer Freizeitaktivitäten erreicht, die Postkarten waren kostenlos, und pfiffige Motive unterhielten, statt zu nerven. „Mit Ambient Media sind auch Produkte der Getränkebranche sehr gut zu platzieren. Der Ort, der Zeitpunkt und das Produkt lassen sich perfekt an die Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen“, meint Gastro-Cool Geschäftsführer Christian Machers. Zahlreiche Getränkehersteller setzen die „Postkartenwerbung“ auch heute noch erfolgreich ein und überzeugen durch ihre geistreiche Gestaltung. So belegte etwa Jägermeister eine Lenticularkarte – mit wechselndem Blickwinkel wechselt das Motiv – mit dem Bandlogo HIM und dem Jägermeister Markenlogo. Durch die Kombination sprach das Unter-

nehmen die jugendliche Zielgruppe an und animierte sie, die Karten mit nach Hause zu nehmen. Dort dienten sie als Reminder.

Gute Wahrnehmung

Die Einsatzmöglichkeiten von Ambient Media sind fast unbegrenzt und in der Lebens-, Freizeit- und Berufswelt von Verbrauchern präsent: Auf Zapfpistolen wird für Erfrischungsgetränke im Tankstellenshop geworben, ein Plakat an der Spindwand im Fitnesscenter weist auf Fitnessdrinks hin, die den Mineralstoffhaushalt ausgleichen oder Bodenmarkierungen – neudeutsch Floor Graphics – weisen dem Kunden den Weg zum Getränkeregale. Selbst Werbetafeln auf Taxis bieten eine effiziente Möglichkeit mit hoher Kontaktqualität für Produktwerbung.

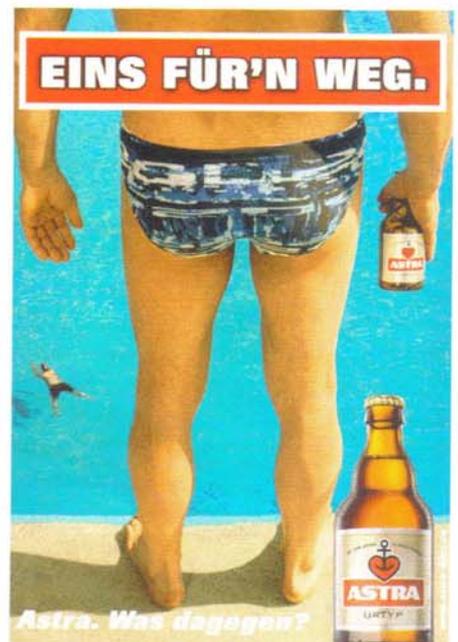
Ab in die Zukunft

Ambient Media steht bei Media Agenturen, werbetreibenden Unternehmen und Marketingverantwortlichen hoch im Kurs. Das fand das Marktforschungsinstitut Psyma Research + Consulting im Auftrag des Fachverbands Ambient Media (FAM) heraus. Eine Befragung von

300 Personen ergab, dass 95 Prozent der Media Agenturen und 94 Prozent der Spezialmittler Ambient Media einsetzen oder planen, es in diesem Jahr zu tun. Vom großen Stellenwert für die Nahrungs- und Genussmittelbranche ist die Mehrheit der Befragten fest überzeugt. 65 Prozent der Befragten halten AM für ein sehr geeignetes Marketinginstrument. Acht von zehn Befragten meinten, dass sich mit Hilfe von Ambient Media neue Produkte ideal einführen lassen, und 55 Prozent glauben daran, dass sie den Absatz der Produkte fördern. Was lässt sich aus den Ergebnissen für die Getränkebranche ableiten? Angesichts der großen Zahl von Produktneuheiten, die etwa aus Lifestyle-, Wellness- und Fitnessrends hervorgehen, sowie der zahllosen Freizeitaktivitäten, bei denen Getränke konsumiert werden, lohnt es sich, die klassischen Werbemaßnahmen für Endverbraucher auf den Prüfstand zu stellen. Mit Ambient Media steht eine interessante Variante zur Verfügung.

Jürgen Nünning

FOTOS: IT Works (2), TAXI-AD (1)



getränke markt

7-8|08

DAS ENTSCHEIDER-MAGAZIN

www.getraenkemarkt-info.de ■ Organ des Verbandes des Deutschen Getränke-Einzelhandels e.V.

Markt

Inlandsabsatz
der größten
Biermarken

Management

Machen Sie Ihre
Verkäufer zu
Unternehmern

Sortiment

Überraschungen
aus Spanien mit
Potenzial

Veranstaltungen

Können Bier
und Wein von-
einander lernen?

ROCKSTAR ENERGY DRINK

**Double Size*
Double Kick**

*in Bezug auf 0,25l

ROCKSTAR **JUICED**
ENERGY + JUICE
MANGO-ORANGE
PASSIONFRUCHT
50% Saft

ROCKSTAR **ENERGY DRINK**
Double Size
Double Kick

ROCKSTAR **PUNCHED**
ENERGY + APFEL
APFEL
10% Saft

500ml e

Party like a ROCKSTAR –
www.rockstarenergydrink.de